

Using the principles of Gestalt psychology to create a logo
Bessarabova E.¹, Rummyantsev M.² (Russian Federation)
Использование принципов Гештальтпсихологии при создании логотипа
Бессарабова Е. В.¹, Румянцев М. О.² (Российская Федерация)

¹Бессарабова Елена Витальевна / Bessarabova Elena Vitalievna - кандидат технических наук, доцент,
кафедра начертательной геометрии, инженерной и компьютерной графики;

²Румянцев Марк Олегович / Rummyantsev Mark Olegovich – студент,
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
Севастопольский государственный университет, г. Севастополь

Аннотация: в статье рассматриваются основные принципы Гештальтпсихологии, используемые при разработке и создании логотипа. К таким принципам отнесены: схожесть, фигура и фон, группировка, близость и продолжение. Рассмотрены различные типы взаимодействия фона и фигур логотипа, а так же различные способы группировки элементов логотипа.

Abstract: the article discusses the basic principles of Gestalt psychology used in the development and creation of a logo. These principles include: similarity, figure and ground, grouping, proximity and continued. Various types of interaction background and logo figures, as well as different ways of grouping the elements of the logo are considered.

Ключевые слова: логотип, восприятие, гештальт, образ, структура, фон, объект, группировка, близость, продолжение.

Keywords: logo, perception, gestalt, image, structure, background, object grouping, proximity, continued.

Любой объект, в том числе и объект дизайнера, воспринимается по различным каналам передачи информации. Но основным из всех каналов является зрительный канал. Поэтому исследование восприятия, производимое объектом дизайнера, строится на основе Гештальтпсихологии. Гештальт - в переводе с немецкого означает форму, образ, структуру и возникло из исследований восприятия в начале 20 века [1].

Выделены следующие, наиболее важные принципы Гештальта: 1) схожесть; 2) фигура и фон; 3) группировка; 4) близость; 5) продолжение.

Схожесть. Принцип схожести заключается в объединении объектов одной группы каким-либо общим свойством: цветом, размером, анимацией, структурой. В этом случае общее свойство указывает на то, что объекты упорядочены до одного и того же уровня навигации или значения. Так, например, для логотипа, примером принципа схожести может служить выделение основного слова (например, названия компании). Объединение всех элементов происходит различными путями, например, заданием одного цветового значения для каждого элемента названия, использование одного шрифта [4]. Делается это для того, чтобы, несмотря на дополнительные элементы, информативность не терялась. Или в веб-дизайне задав для нескольких элементов одно и то же визуальное значение, создаётся интуитивная связь между ними. Это позволяет без лишних затрат времени на объяснение работы элементов обеспечить их взаимодействие [2, 3].

Фигура и фон. Существует три типа взаимодействия между объектом и его фоном:

1. Стабильная — явный основной объект и его фон (рисунок 1а);
2. Двусторонняя — фон и основной объект могут меняться ролями (рисунок 1б);
3. Двусмысленная — и объект и фон являются активным пространством, за счет чего возникает двойственность интерпретации (рисунок 1в).

Использование того или иного типа взаимодействия позволяет визуально вывести на передний план или сделать основным тот объект который необходимо выделить, а остальным элементам входящих в композицию, задать второстепенную роль, задав визуальное значение фона.

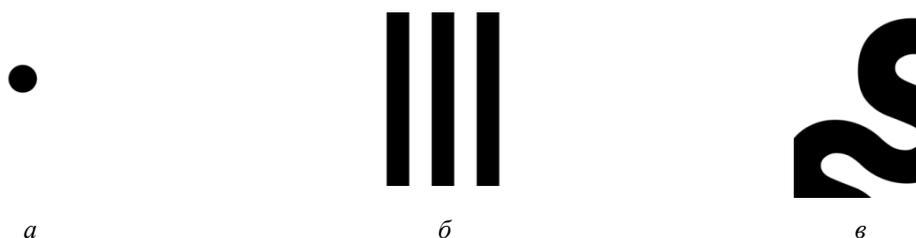


Рис. 1. Взаимодействие фона и объекта

Группировка. Используя этот инструмент возможно неоднородным предметам придать целостность. Принципы Гештальта предлагают два способа для этого:

– Ограждение (Enclosure) – замыкая неоднородные элементы визуальными границами, они объединяются в сознании зрителя.

– Расстояние (Proximity) – кучное размещение создает ощущение целостности, особенно если отделить элементы от другой группы.

Взаимное использование двух способов позволяет достигнуть распознаваемости и лаконичности. Разумное расположение элементов, подчиненное строгим законам, избавляет пользователя от визуального восприятия с последующим исследованием и запоминанием сложных пользовательских частей.

Близость — это принцип, благодаря которому, человек самостоятельно завершает объект, заполняя отсутствующую информацию. Столкновение с такими ситуациями происходит у каждого человека ежедневно.

Это происходит тогда, когда в человеческом сознании происходит дополнение той визуальной картины, которую он наблюдает и которая не обладает целостностью. Дополнение картины происходит в зависимости от тех ценностей и жизненного опыта, которыми обладает каждый индивид. Пример данного принципа представлено на рисунке 2.



Рис. 2. Проявление принципа близости

Применение данного принципа нашло в дизайне достаточно широкое применение. Он позволяет создавать элегантный и минималистичный стиль, что достаточно актуально в настоящее время. Близость имеет непосредственную связь с группировкой, но имеет более обширное применение, чем просто её подраздел. Степень, в которой принцип близости работает, обратно пропорциональна приложенным усилиям для того, чтобы заставить её работать.

Продолжение. Данный принцип имеет много общего с близостью, и заключается в том, что человеческий глаз, во время движения от объекта к объекту, объединяет в группу элементы расположенные на одной линии. Влияние принципа продолжения более существенное, чем цветочное разделение. Его легко использовать, как сильный визуальный инструмент для того, чтобы придать схожесть элементам. Это означает, что пользователь воспринимает объекты на кривой или прямой, как подобные друг другу [5].

Использование данных принципов помогает осознанно подходить к созданию логотипов, учитывать при их создании особенности зрительного восприятия, обработки зрительного сигнала нервной системой человека, осознание обработанного стимула тем жизненным опытом, которым обладает каждый индивид.

Литература

1. *Арнхейм Р.* Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм Пер. с англ. – М.: «Архитектура-С», 2012. – 392 с.
2. *Бессарабова Е. В.* Психологический и психофизиологический аспекты восприятия объектов дизайна / Е.В. Бессарабова // Журнал «Глобальный научный потенциал». – октябрь 2014. - № 10 (43). – С. 17-20.
3. *Бессарабова Е. В.* Анализ основных принципов восприятия объектов дизайна / Е.В. Бессарабова // Теоретические и практические проблемы развития современной науки. Сборник материалов 5-й международной научно-практической конференции. – Изд-во: Общество с ограниченной ответственностью «Апробация», 2014. – С. 116-118.
4. *Руубер Г. Э.* О закономерностях художественного визуального восприятия / Г.Э. Руубер. – Таллин: «Валгус», 1985. – 344с.

5. [Электронный ресурс]: Web UI Design for the human eyes. Colors, space, contrast. URL: <https://studio.uxpin.com/blog/>